

「消費者契約法の評価及び論点の検討等について」 に対する御意見募集結果の概要

意見募集期間：平成19年8月21日～平成19年9月25日

受付件数：36件（うち、消費者団体等 11件、弁護士会等 24件、事業者団体 1件 等）

平成20年1月
内閣府国民生活局

「消費者契約法の評価及び論点の検討等について」	寄せられた主な意見
第2 消費者契約法に関連する消費生活相談事例及び裁判例の状況	<ul style="list-style-type: none"> ・裁判例のうち不当な勧誘行為に関連するものが約17%にとどまっていることの原因は、取消しの要件が限定的すぎることや、立証が困難であることなどにあると思われるが、この点を十分に考慮する必要がある。
第3 消費者契約法の評価	<ul style="list-style-type: none"> ・消費生活相談の現場で同法が活用できるよう種々の工夫をすべき。 ・より実効性のあるものになるよう、早急に改正されることを期待。 ・現実に起こっている被害に対応した改正が必要。
第4 消費者契約法上の各論点の検討 1. 検討の視点	<ul style="list-style-type: none"> ・報告書で言及されていない重要な論点(例えば民事効としての損害賠償請求の可否、不当勧誘についての一般条項の可否など)について、今後の検討の対象外ということにならないよう十分注意。 ・消費者被害を実効的に予防・救済できるかどうかを基本に考えるべき。 ・事業者に対する予測可能性を与えるというような観点は、改正立法にあたっては特に考慮すべき要素ではないと考えられる。さらに、事業活動を制約することにより発生する「社会的コスト」とは具体的には何か、実際に発生するものなのか、消費者被害防止に不可欠の方策との対比において考慮すべき事項なのかを厳格に検討すべき。 ・各企業の自発的な努力を促進する方向で消費者契約法は規定されるべき。
2. 消費者契約の意義(第2条)	<ul style="list-style-type: none"> ・「消費者」とは「個人(事業に直接関連する目的で取引するものを除く)」、「事業者」とは「法人その他の団体及び事業に直接関連する目的で取引する個人」という定義規定に改正すべき。 ・消費者が単に賃貸借契約を申し込んだのに、法人名義での契約を要求するなどの脱法的な行為についても規制するよう、適正な法整備が必要。 ・個人が取引をした場合には、消費者に該当することが法律上推定されるものとし、個人事業者であることの立証責任は、取引の相手方が負担するものとするべき。 ・マルチ商法の被害者や高額な電話機リース販売被害者なども消費者として消費者契約法の適用があることを明確にすべき。

「消費者契約法の評価及び論点の検討等について」	寄せられた主な意見
<p>3. 勧誘 (1)「勧誘をするに際し」(第4条第1項から第3項まで)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・不特定多数向けの広告や表示も「勧誘」に含まれるとすべき。 ・報告書の「不特定多数向けの広告・チラシなどであっても、当該消費者がその情報によって契約締結の意思を形成している因果関係が認められる場合は、取消しの対象として捉えるべきとも考えられる。」に賛同する。 ・「勧誘」の意義に関しては、基本的には従来解釈を拡大すべきではない。
<p>(2)「将来における変動が不確実な事項」(第4条第1項第2号)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・断定的判断の提供の対象は、消費者の財産上の利得に影響するものに限定しないことを法文上明記すべき。 ・例示部分を削除し、将来における変動が不確実な事項全般について本条文が適用できるようになることが必要。
<p>(3)不利益事実の不告知(第4条第2項)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・先行行為及び故意の要件を削除すべき。 ・先行行為及び故意の要件を相応に緩和すべきという報告書の意見に賛成。先行行為は不要とし、かつ故意としては当該消費者に不利益な事実が存在することの認識で足りるとすべき。 ・根本的には事業者の情報提供義務を定めるべきで、仮に同義務違反を取消事由とすれば、本条項はそれに吸収されることになると思われる。
<p>(4)困惑類型(第4条第3項)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・報告書が、拡張すべき勧誘行為の類型化を検討すべきとしている点は賛成。 ・現在深刻な被害を生じさせている勧誘方法を困惑類型に加えて取り消すことができるようにすべき。 ・一般条項の導入を含めて困惑行為の拡大をする必要がある。 <p>追加すべき具体的な類型として、下記のとおり提案が寄せられた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・私生活や業務を妨害するような執拗な電話勧誘 ・消費者が当該契約を締結せざるを得ない特別の事情に乗じる勧誘 ・長時間による勧誘や複数人による威迫 ・消費者の判断能力不足につけこんで、あるいは心理的に動揺させて契約させる行為 ・あらかじめ消費者の要請がないにもかかわらず次のいずれかの行為をすること(イ. 当該消費者の住居又は勤務先を訪問すること、ロ. 当該消費者の住居又は勤務先に対して、電話、ファクシミリ、電子メールを送信すること)
<p>(5)重要事項(第4条第4項)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・報告書が、契約を締結する動機にかかる事項を含めて重要事項の概念を拡張すべきとしている点には賛成。 ・契約を締結する動機に係る事項も重要事項に入れる必要がある。
<p>(6)取消権の行使期間(第7条第1項)及び法定追認(第11条第1項)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・取消権の行使期間については、速やかにこれを延長する方向で検討すべき。消費者契約においては、法定追認を排除すべき。 ・民法上の取消権と比較して取消期間が短すぎることもふまえて、少なくとも追認可能時から3年程度まで取り消すことができるようにすべき。

「消費者契約法の評価及び論点の検討等について」	寄せられた主な意見
4. 契約条項 (2) 消費者が支払う損害賠償の額を予定する条項等(第9条)	<ul style="list-style-type: none"> ・「平均的損害」に関する資料の提出義務を事業者に課すか、端的に立証責任を事業者に転換すべき。
(3) 消費者の利益を一方向的に害する条項(第10条)	<ul style="list-style-type: none"> ・10条の前段要件は削除するか、「当該契約条項がない場合に比し」とすべき。
(4) 他の不当条項 ① 不当条項リストの追加について	<ul style="list-style-type: none"> ・トラブルの実態に即して、条項を追加することが必要。 ・既に多くの裁判例が出ている原状回復条項、敷引特約については、不当条項に加えるべき。 ・グレーリスト(事業者が合理性を立証できなければ無効とする条項)の創設についても、再度検討を行う必要がある。
② 解除権・解約権を制限する条項	<ul style="list-style-type: none"> ・法定解除権があるにもかかわらず、消費者による解除をまったく認めないような解除権・解約権の制限条項は、不当条項リストに加えることについて何ら問題ない。 ・一例として、「契約時から履行終了まで3年を超える継続的供給契約においては、消費者の解除権を認めないとする条項を無効とする」というルールを盛り込むべき。 ・継続的な製品供給ないし役務提供を内容とする消費者契約について、中途解約権を法定すべき。
③ 専属的裁判管轄条項	<ul style="list-style-type: none"> ・不当条項リストに加えるべき。 ・消費者に裁判を起こす、または受けて立つ意欲を無くさせる条項は不当。
④ 仲裁条項	<ul style="list-style-type: none"> ・端的に不当条項リストに加えておくべき。

「消費者契約法の評価及び論点の検討等について」	寄せられた主な意見
第5 情報提供義務について	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者の消費者への情報提供義務について、努力義務ではなく法的義務として明記することが必要。 ・3条1項は、事業者の情報提供義務を法的義務化する方向で改正すべき。その違反について取消しの効果を規定すべき。 ・事業者の義務として明確にすべき。取消しの対象にするのが困難であっても、義務違反が明確であれば損害賠償請求が可能だと思ふ。
第6 適合性原則について	<ul style="list-style-type: none"> ・困惑類型の拡張のなかで対処することは一定の評価ができる。 ・「事業者は、消費者に対して消費者契約の締結についての勧誘をするに際し、当該消費者の知識、経験、財産の状況等に配慮しなければならない」との条項を新たに設けるべき。 ・事業者の義務として明確にすべき。取消しの対象にするのが困難であっても、義務違反が明確であれば損害賠償請求が可能だと思ふ。 ・「消費者の知識、経験、理解力、必要性、財産の状況に照らして不適当な消費者契約」を適合性原則違反とし、違反の効果については、取消し又は無効事由とすべき。 ・適合性原則違反の効果については、全てを取消権に結び付けるのは困難だと思ふが、高齢者や判断不十分者には取消権が必要。 ・適合性原則に関する一般的ルールについては、慎重な検討が必要。
第7 不招請勧誘について	<ul style="list-style-type: none"> ・困惑類型を拡張するなかで対処することは一定の評価ができる。 ・今後、訪問販売や電話勧誘販売についても、オプトアウト方式による規制を検討する必要がある。特に、販売目的隠匿型商法や勧誘を希望しない消費者に対して繰り返し行う勧誘行為は、取消しの対象とする必要がある。 ・消費者が望まない限り勧誘が禁止されるオプトイン型の不招請勧誘規制を導入し、これの違反を取消事由とすべき。 ・不招請勧誘に関する一般的ルールについては、慎重な検討が必要。
第8 インターネット取引について	<ul style="list-style-type: none"> ・迷惑広告メールなどの不招請勧誘の禁止、情報提供義務の徹底、虚偽誇大広告など不実の表示による勧誘を確実に取消しできるようにすること、インターネット取引の場を提供する業者や取引業者などの免責条項の制限、などが早急に必要。 ・これまでの法体系が予定してはいなかった新しい取引形態や、新しい参加者の出現を呼び起こしたことに、特に注意を払うべきである。とりわけ、「事業者」の定義の見直しが急務である。 ・ルール化の必要性は認めるが、あくまで新たに生じてきている問題の解決に絞り込んだ検討を行うべき。

「消費者契約法の評価及び論点の検討等について」	寄せられた主な意見
<p>第9 その他の消費者契約法の実効性の確保</p> <p>1. 消費者団体訴訟制度の導入とその機能</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者団体訴訟制度が担う機能を十全化する措置が必要。 ・団体訴訟による差止めの判決に期待。 ・消費者団体訴訟制度の効果を上げる施策を講じていく必要がある。訴訟外の請求行為によって事業者が改善を行っていく割合が高いと考えられるので、適格消費者団体への財政的支援も必要。 ・今後も引き続き「損害賠償請求権の導入」に向けての検討を求む。
<p>2. 高齢者等の消費者被害の防止について</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・高齢者等の被害については、抜本的な法的手当を検討すべき。 ・不招請勧誘の禁止、適合性原則違反の勧誘行為の無効など、高齢者保護のための抜本的な法制度の実現こそが大前提であり、これ無くして地域対策だけでは解決ができないことを認識すべき。 ・ルール化の必要性は認めるが、あくまで新たに生じてきている問題の解決に絞り込んだ検討を行うべき。
<p>3. 消費者による立証の困難性について</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・報告書が、事業者にも事案説明義務ともいうべき主張及び立証責任があるとしている点については一定の評価ができる。 ・①事業者に法的事案説明義務を定める、②特定商取引法6条の2(合理的な根拠を示す資料の提出)などのような法的手当をする、などが検討されるべき。 ・消費者の立証責任について、緩和すべきである。 ・商品・サービスの品質・内容の優良性、そして商品の性能やサービスの効用については、事業者立証責任があることを明確にすべき。
<p>その他</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・11条2項について、「他の法律」に規定が置かれている場合に、一律に消費者契約法が劣後するのではなく、「他の法律」の趣旨と消費者契約法の趣旨を総合判断するような制度設計にすべき。 ・契約条項について複数の解釈が可能な場合には、消費者にとって有利な解釈を採用すべきであるとの原則(不明確条項解釈準則)が消費者契約法において立法化されるべき。 ・事業者には、契約締結に先立って、消費者に対し、みずから取引にあたって使用しようとする約款を事前に示さなければならない義務(約款の開示義務)があることを消費者契約法上に明示する立法をするべき。 ・交渉の経緯、通常取引慣行、契約の目的などからみて、消費者がその存在を到底予測できないような異例な契約条項(付随的合意部分)は、契約内容とはならないとする原則(不意打ち条項の排除原則)が明示的に法定されるべき。